

MODELOS DE DIRECCIÓN DEPORTIVA EN FÚTBOL

Javier Madrid Pedreño
José María Giménez Egido



Proceso de entrenamiento. Madrid, J. (2014). Adaptado de Carling, e t.al (2005).



ANALISTA

- Cuerpo técnico
- Análisis del juego (propio y rival) sobre fortalezas y debilidades

SCOUT

- Secretaría técnica
- Control de ligas y mercados para valoración individual de jugadores



METODOLOGÍA OBSERVACIONAL



JUSTIFICACIÓN SCOUT

“El entrenador no es el que decide el nombre del jugador, sino el perfil. Y con el trabajo de los ojeadores, nosotros intentamos ofrecerle posibilidades.”





I.I. JUSTIFICACIÓN

- Necesidad de control del mercado para conseguir mayor competitividad en la plantilla y especificidad en las demarcaciones a reforzar.
- Revalorizar activos en el club y sacar rendimiento económico de la gestión de la plantilla.
- Metodología propia, que nos permita captar en función a criterios y adelantarnos a competidores.
- Garantizar una comunicación interna en el club que nos permita atender a las líneas de sucesión y a las oportunidades de mercado.
- Tener un nivel de información elevado sobre el mercado.
- Optimizar recursos económicos en la gestión del área deportiva.



I.2. INTRODUCCIÓN



DIRECTOR DEPORTIVO



- TOMA DE DECISIONES Y CONFECCIÓN DE PLANTILLAS.
- BÚSQUEDA DE OBJETIVIDAD.
- FOCO DE CRÍTICAS.
- ADAPTADO A LA REALIDAD DEL CLUB.
- SUPERVISADO POR JUNTA DIRECTIVA.

JEFE DE SCOUTS



- CONOCEDOR DEL MERCADO Y SUS TRUCOS Y ATAJOS.
- PREPARADO PARA QUE EL DIRECTOR DEPORTIVO NO FICHE A "SUS" JUGADORES DESTACADOS.
- FIEL AL CLUB.
- CONFIDENCIALIDAD.

SCOUTS

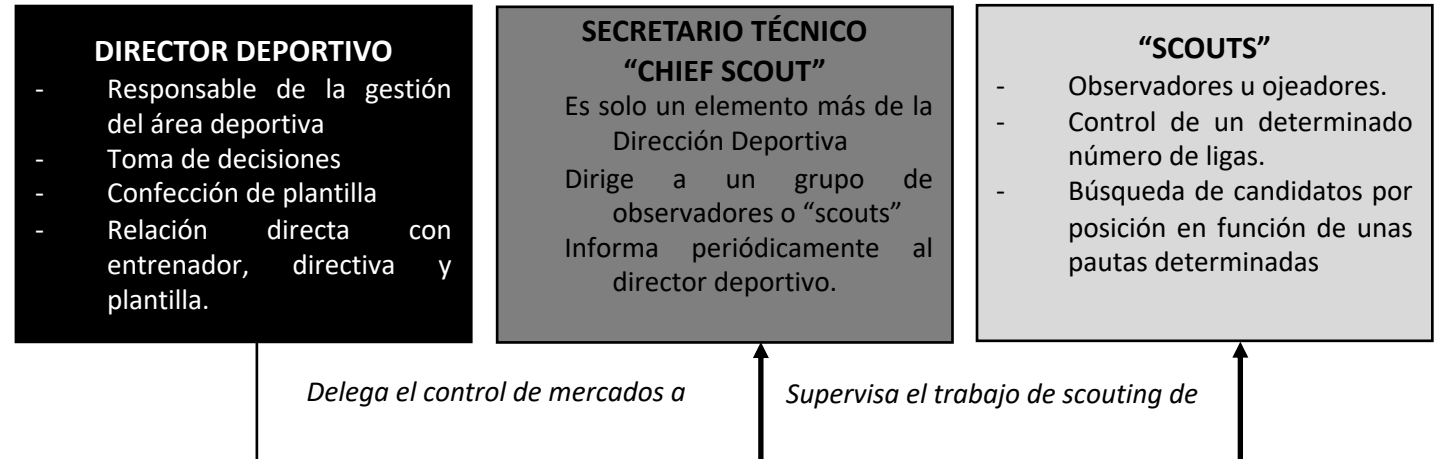


- CONOCEDOR DEL JUEGO Y DEL PERFIL DE JUGADOR DEL CLUB.
- PREPARADO PARA QUE SU OPINIÓN NO SE MATERIALICE EN FICHAJES.
- FIEL AL CLUB.
- CONFIDENCIALIDAD.

AMIGOS DEL CLUB



- CONOCEDOR DEL PERFIL DE JUGADOR DEL CLUB.
- PREPARADO PARA QUE SU OPINIÓN NO SE MATERIALICE EN FICHAJES.
- FIEL Y LEAL AL CLUB. TRATA DE BENEFICIARLO SIEMPRE.
- CONFIDENCIALIDAD.





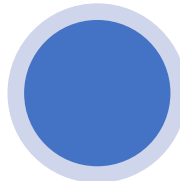
I.3. MODELOS DIRECCIÓN Y GESTIÓN



MODELO
PRESIDENCIALISTA



MODELO
ANGLOSAJÓN



MODELO
MIXTO



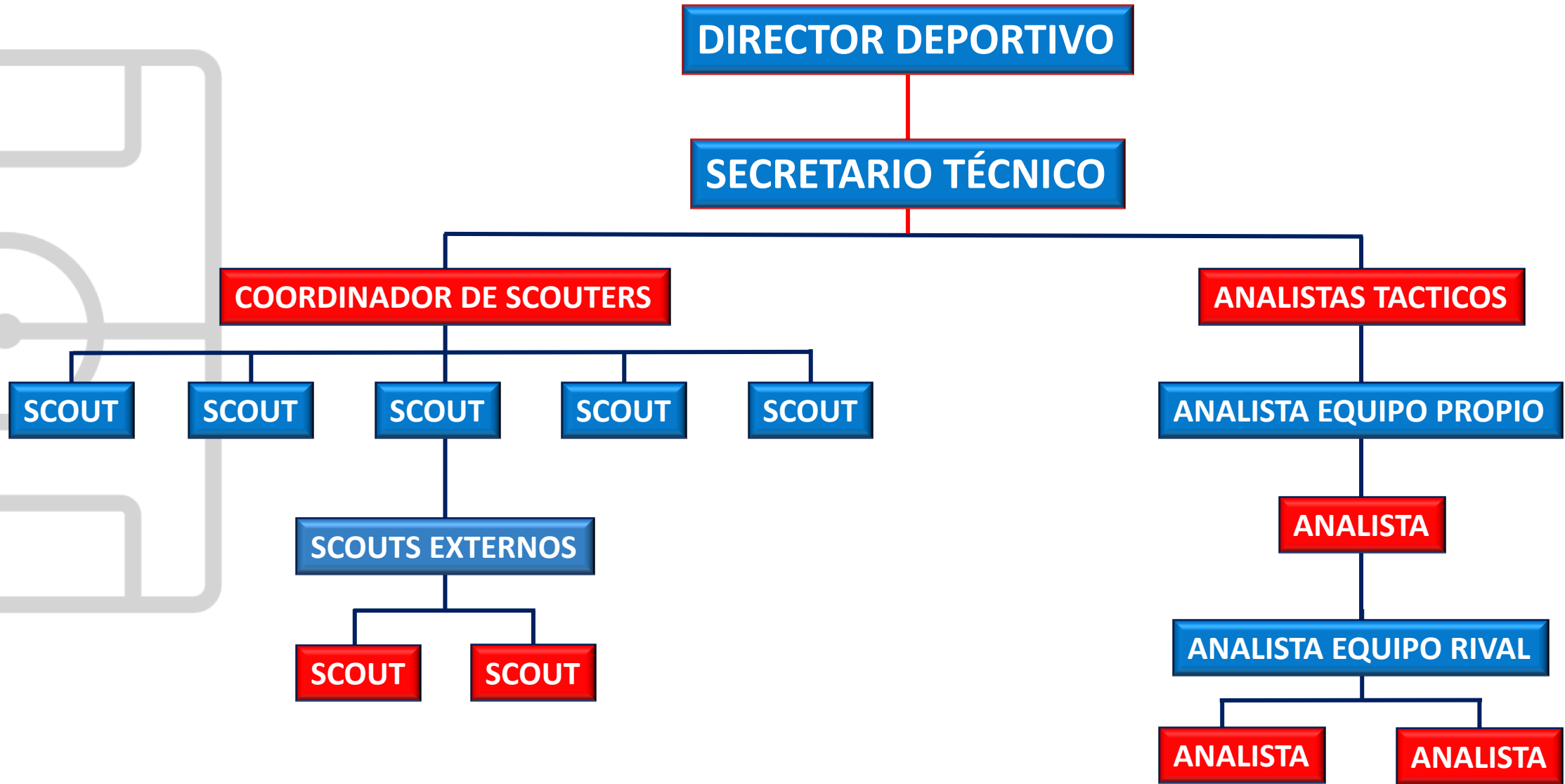
Madrid (2014). Adaptado de Orlandelli, 2011.



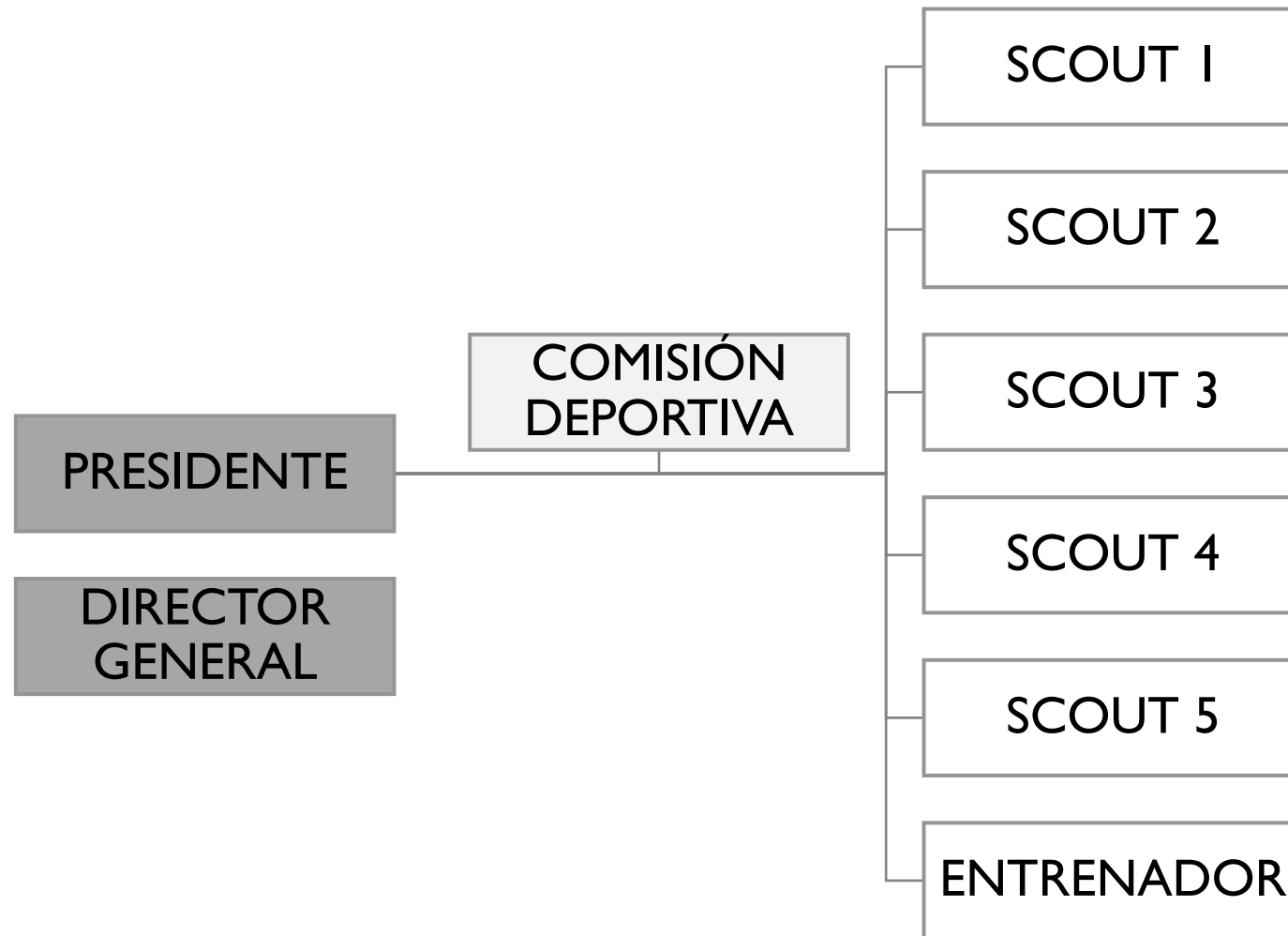
Monchi (2020). Recuperado de Sevilla FC.



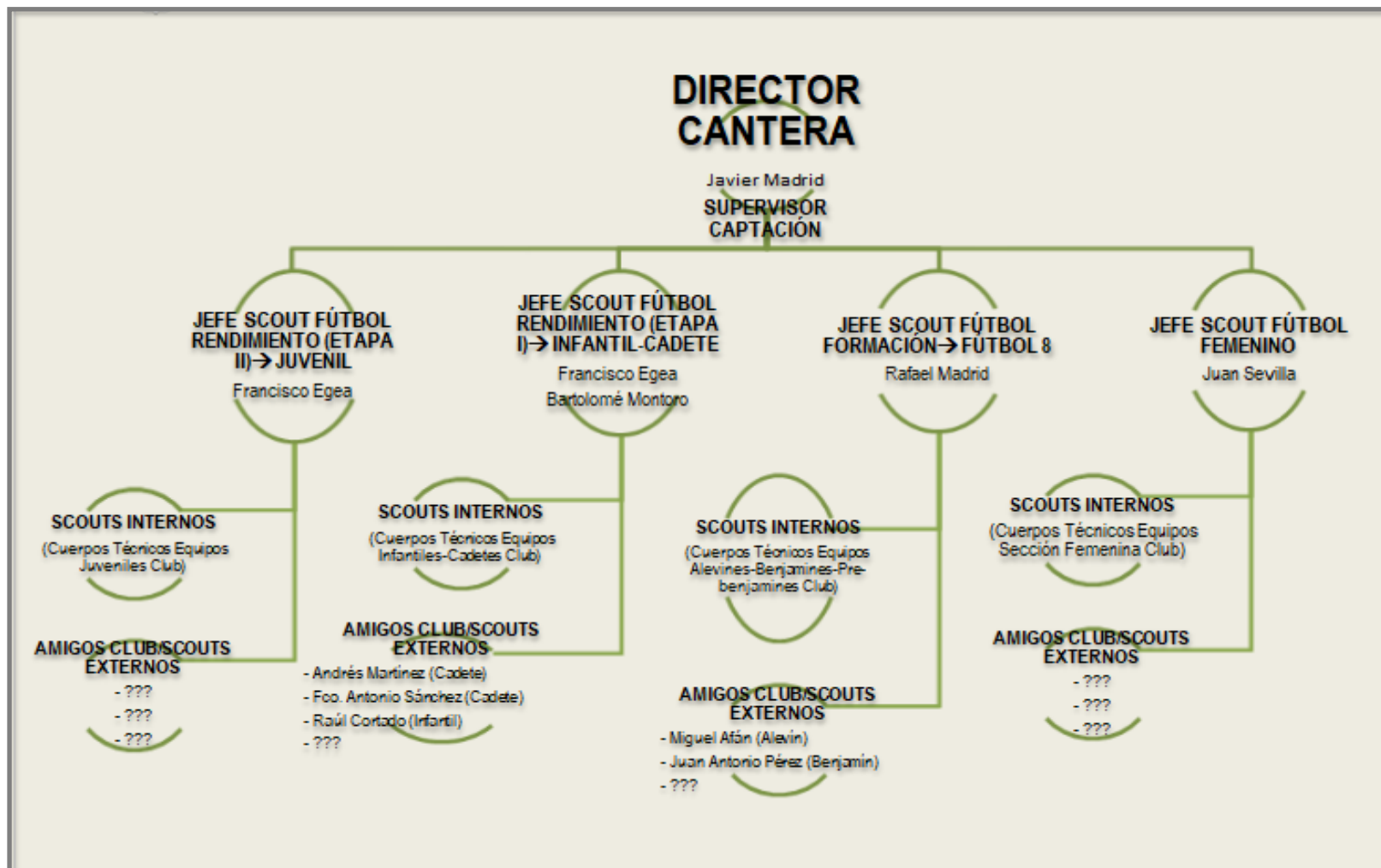
DIRECCIÓN DEPORTIVA DEL ATLÉTICO DE MADRID S.A.D.



I.4. ESTRUCTURA COMISIÓN



I.4. ESTRUCTURA CANTERA



I.5. GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN



PLANIFICAR

- Temporalidad de las actividades
- Estructura de trabajo
- Funciones y tareas de los miembros del organigrama
- Entorno

PLANTEAR OBJETIVOS

- Conocidos por todos los miembros de la organización
- Motivación
- Reajustes en la planificación

PRESUPUESTAR

- Rendimiento económico de la organización
- Moldear planes de acción en función de posibilidades y objetivos económicos

Paris (2012).



ANÁLISIS DAFO



Factores
internos

DEBILIDADES

OPORTUNIDADES

Factores
externos

- Presupuesto muy ajustado.
- No contamos con ciudad deportiva.

- Gran apoyo institucional y empresarial.
- Fuerte implicación de la masa social.
- Apoyo externo de clubes “amigos”.
- Posibilidad de adelantarnos a mercado.

FORTALEZAS

AMENAZAS

- Estilo de juego de iniciativa, atractivo para ciertos jugadores y clubes.
- Ciudad con una buena calidad de vida, con opciones de ocio y playa.
- Buen clima.
- Afición y estadio, buena masa social.
- Equipo de trabajo cohesionado, motivado y con fuerte sentimiento de pertenencia.

- Clubes con mayores posibilidades económicas en la categoría.
- Competidores con mayor nivel de infraestructura.



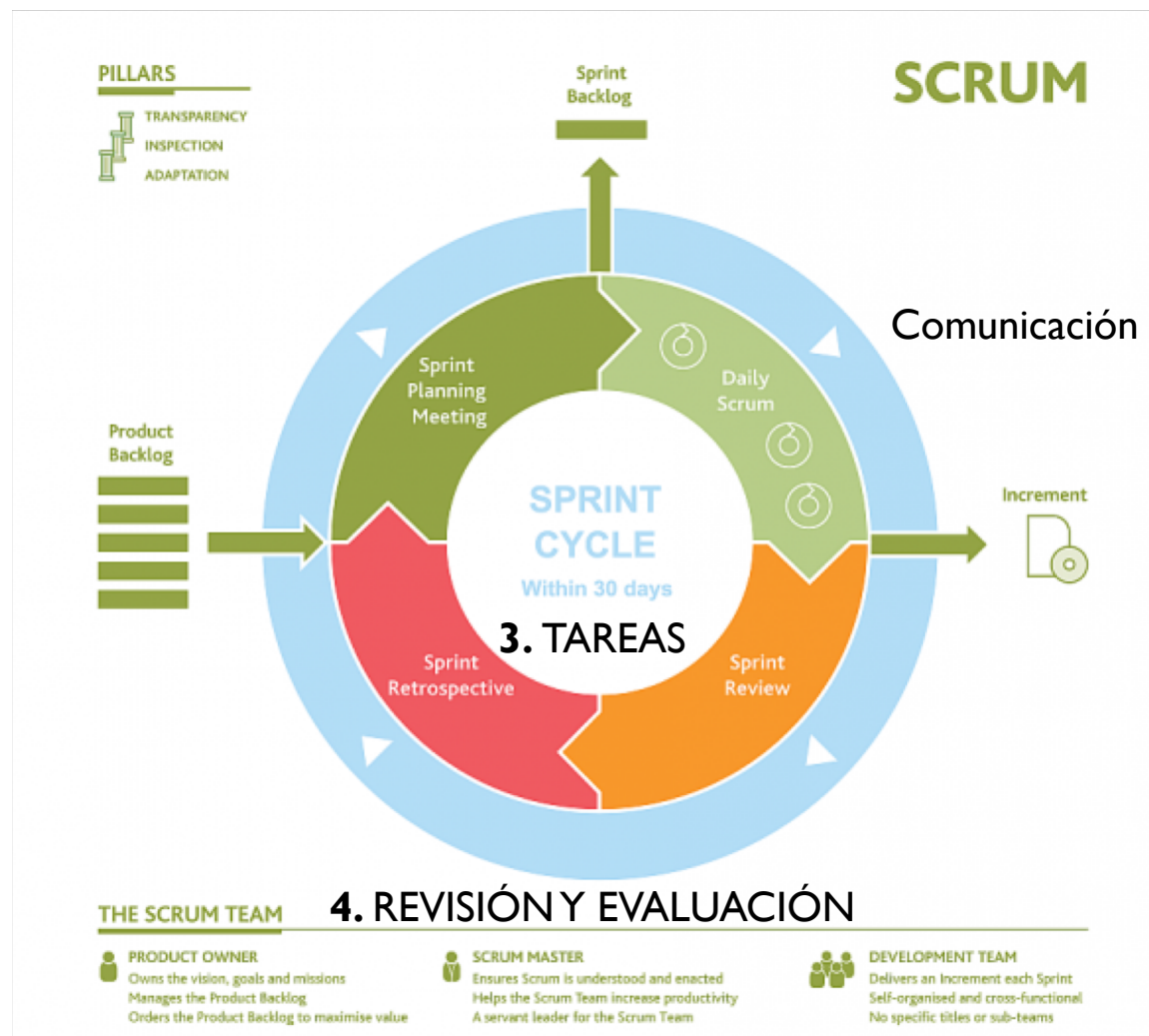
MODELO SCRUM



1. Objetivos claros y necesidad de comunicación, adaptación y transparencia en los procesos

2. PLANIFICACIÓN Y FUNCIONES

TRABAJO EN EQUIPO



Garzas (2012). Adaptación de Ikujiro Nonaka e Hirotaka Takeuchi



ANÁLISIS PREVIO



Este tipo de valores culturales, sociales y propios de la idiosincrasia del club, de la ciudad o del aficionado son resaltados por directores deportivos como un aspecto crucial previo a la realización de un fichaje para de algún modo intuir la capacidad de adaptación que tendrá el jugador al club. Así lo afirma Fran Garagarza (2018), director deportivo del Eibar, al destacar la importancia de conocer valores, idiosincrasia y cultura no sólo de club, si no, también de la ciudad para poder responder a las necesidades que surgen en la plantilla teniendo siempre muy presentes esos valores a la hora de la búsqueda y selección de futbolistas. El mismo autor entiende que estos aspectos culturales, sociales y de valores del club son los que ayudarán y de los que se servirán para una mejor adaptación del futbolista al equipo y al entorno.

Será importante, en búsqueda de una mayor identificación del aficionado con el club, identificar aquellos equipos y jugadores destacados de la historia del club, aquellos que hayan tenido éxito a lo largo de las diferentes etapas. Así lo destaca Víctor Orta (2016), afirmando la necesidad “de conocer jugadores destacados y equipos de éxito de la historia del club”.



2.1. IDIOSINCRASIA DEL CLUB



Cartagena es una ciudad situada al sureste de España, a las orillas de Mar Mediterráneo. Pocas ciudades españolas tienen una historia tan dilatada como la de Cartagena, especialmente en tiempos antiguos. Fue fundada por los cartagineses de Asdrúbal que construyeron aquí la importantísima ciudad de Qart Hadast en el año 227 a.C. Posteriormente fue tomada por los ejércitos romanos durante la Segunda Guerra Púnica (209 a.C.). Con el dominio romano, Cartagena siguió siendo una ciudad de gran importancia, como demuestran las numerosas muestras arqueológicas que se aprecian por toda la ciudad.

Cartagena es una ciudad situada al sureste de España, a las orillas de Mar Mediterráneo. Pocas ciudades españolas tienen una historia tan dilatada como la de Cartagena, especialmente en tiempos antiguos. Con el dominio romano, Cartagena siguió siendo una ciudad de gran importancia, como demuestran las numerosas muestras arqueológicas que se aprecian por toda la ciudad.



La gastronomía y las playas son otros intereses turísticos de Cartagena. Con playas kilométricas, y siendo el municipio con más playas Q de calidad, hacen de Cartagena un atractivo para los turistas que quieran disfrutar de una exquisita gastronomía a orillas del mar.



No hablas de Cartagena si no mencionas sus fiestas y festivales. La Semana Santa, declarada de interés turístico internacional, las fiestas de Carthagineses y Romanos, donde se recuerda la historia de la ciudad, y festivales de música como 'La Mar de Músicas' y el 'Festival del Jazz' hacen de Cartagena una ciudad muy atractiva para los amantes del ocio.

Gracias a su posición estratégica en el Mediterráneo levantino, Cartagena ha sido habitada desde tiempos muy remotos por diversas civilizaciones que han dejado marca en su rico patrimonio cultural a lo largo de su historia. El Teatro Romano, quizás el mayor símbolo de esta ciudad, el barrio del Foro Romano, la Muralla púnica, las baterías de costa, y los numerosos castillos y fortalezas hacen de esta ciudad una de las mayores joyas del mediterráneo.



- 3 playoff seguidos-dos finales y dos semifinales
- +7.500 abonados cada año
- Playoff +12.000 personas
- 170 empresas asociadas al FCCBusiness
- Cantera con 450 alumnos y 30 equipos



- 2 campos de césped artificial de fútbol 11 para 30 equipos de cantera + filial
- Primer equipo y cantera ausencia de ciudad deportiva
- Filial en tercera división- juvenil en liga nacional
- 4 campeonatos autonómicos temporada pasada

MODELOS DE DIRECCIÓN DEPORTIVA EN FÚTBOL

Javier Madrid Pedreño

javier.madrid@um.es

José María Giménez Egido